媒介融合环境下电视节目制播前景研究

摘　要：在融媒体环境下，电视节目该如何发展是本文研究的主要问题。本文首先介绍了电视节目制作方式由传统的制播合一到制播分离、网络自主制作模式的发展变化，通过对比，阐明了后者更加适合当前中国电视节目制作方式的原因；阐述了互联网、无线热点和移动终端对电视媒体的发展所起的推动作用。通过对当前中国媒体传播方式的整合分析，进一步展望媒介融合环境下电视节目制作传播方式的发展前景。

关键词：制播分离；制播合一；媒介融合；新型电视节目
中图分类号：G22　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）08-092-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.08.030

文 / 吕敏

1. 电视节目传统制作方式概览

1.1 制播合一

传统的电视节目历史悠久，从 1958 年 5 月 1 日第一次从电视上看到北京电视台的节目画面至今，六十多年中，电视台一直是政府的主要职能部门，而由电视台播出的电视节目同样有很高的政治性。例如，中央电视台、新华社、国家广播电视新闻出版总局等传统媒体，在政府宣传文化教育等方面一直是领头羊、桥头堡的代表，因为这个因素的存在，从而使得中国的电视节目形成了制播合一的制作模式。

制播合一的制作模式可以使得节目管理统一，节目生产过程直接指导，从而使得制作出来的电视节目符合国家的政策方针；制播合一的制作模式还有利于正确的舆论导向的宣传，从而提高舆论的控制能力；并且制播合一体制下的电视节目在广大受众当中已形成了较高的权威。同时，制播合一实行的全面一体化的管理，电视台在接到重大宣传报道任务时，可以快速集结全台最优秀的力量，灵活地调动各个职能部分，使得不同的部门、不同的频道、不同的节目都能够快速形成一个新的整体，这样，对于需要宣传的某种题材就可以开展全方位、立体式的节目报道了。例如，2008 年汶川大地震时，中央电视台共派出了 32 路共 680 多人的采访队伍，采访人员遍及地震灾区的各个地方，在这次报道中，共动用了摄像设备 90 余套，并且开通了移动卫星传送系统，构成了一个既具有全方位和全视角的团队，又是一个具有立体化的报道团队。

时代不断变化，如今，传统的电视节目还是按照制播合一的模式对电视节目进行制作。这样一种 “自制、自审、自播”的模式，缺乏市场的调适和社会的监管，存在着行政僵化死板、制作成本高、运行机构臃肿、节目内容老旧等弊端。而如今的社会，广大受众群体对电视节目的要求在不断提高，从最初的无选择性观看转变为选择性观看；由无兴趣观看转变为寻找感兴趣的电视节目进行观看，这样一种收看模式，使得传统制播合一的电视节目走入了死胡同，所以，传统电视节目急需转型升级。

1.2 制播分离

制播分离的概念最早来源于 1982 年英国第四频道的出现，由此出现了委托制片制度。制播分离是我国电视节目和产业发展的必经之路。将节目制作与广告经营剥离出来成立公司，就可以按照市场规律进行公司化运作。[1] 随着我国市场化的发展，制播分离模式下可以将节目是否受欢迎交给市场来评判，观众手里的遥控器成为最具有说服力的工具，观众喜闻乐见的节目成为胜利者，观众不喜欢的节目将会被市场淘汰。

现今在制播分离模式下，很多节目受到了观众的喜爱，最近几年，随着国外娱乐产业不断向我国渗透，逐渐有许多国外综艺节目被引进到国内。从最初的引进播放到如今通过购买综艺节目的版权制作中国本土内容的综艺节目。特别是中韩两国的娱乐产业进入了一个相互交融的大融合时代。

1.3 自主电视节目制作

1988 年 5 月，联合国新闻委员会年会确立国际互联网为“第四媒体”，由此成为了网络媒体的开端。网络作为一种传播媒体而出现，使得网络媒体的传播具有单向传播、双向传播和多向传播等传播特点。根据此特点衍发出了网络媒体的自主制作，这种制作模式的出现，极大地促进了电视节目的发展。在中国，最早的网络媒体代表就是 2004 年成立的视频分享网站——土豆网。它的出现可谓是中国互联网发展的里程碑，从此标志着中国互联网视频分享网站开始成为互联网重要的组成部分，视频的观看和分享成为了一种极为普遍的方式。

中国的网络视听行业起步已有十年，而网络视听早已成为众多网民们在互联网上消费时间最长的地方。对于网络媒体的兴盛，众多网络视频网站纷纷试水小成本自制节目，包括爱奇艺、乐视、优酷土豆、PPS、56网等纷纷尝试自制，视频网站的整体自制节目水平开始大幅度提高。

如今，网络媒体正在为中国的综艺娱乐产业送来了春风，带来了机遇。因为中国的电视节目产业必然会走出传统的传播模式，走向市场化。因此，对于中国的电视节目发展来说，这无疑给互联网企业带来了一个极大的机遇，而这种机遇对于未来中国网络媒体的自主创作来说将是最大的机遇。

2. 媒介融合的兴起对电视节目传播方式的刺激

2.1 三网合一的出现

从电视网的发展到数字电视的出现；从通信网络的发展，到4G网络的全覆盖、5G网络的兴起；从互联网的发展，到光纤网络的出现。随着时代的变迁，早期手机应用的电信网、电脑应用的互联网、电视应用的广播电视网，这三个网络的融合发展成为了一种趋势，由此出现了三网融合发展的景象。

三网融合是指电信网、互联网、广播电视网在向下一代互联网、数字电视网、广播电视网演进过程中，三大网络通过技术改造，其技术功能逐渐一致，业务范围逐渐相同，网络互联互通、资源共享，能为用户提供语音、数据和广播电视等多种服务。三个网络的融合并不意味着三个网络在物理媒介上的合一，而是指高层业务应用的融合。例如，现在非常火热的智能电视，人们在电视机上可以收听广播、浏览网站、观看电视节目；而现在的高端智能手机，不仅可以用来接打电话，还可以浏览网页、观看电视节目直播；而电脑同样也可以在上网的同时，收听广播和观看电视节目直播。这种传播模式大大促进了电视节目的发展，从而提高了电视节目的收视率，为新型电视节目的发展打好了传播基础。

2.2 无线热点的爆发式增长

移动WLAN和家庭路由WIFI，这两个词语在我们身边出现的频率越来越高，这是一种相当便利的数据传输系统，它通过有线光纤，经由路由器，给一定范围发射覆盖无线信号，使得无线局域网络能利用简单的存取架构让用户通过它达到一种信息可以随时传输，方便大家畅通出行的理想境界。现在只要是在任何一个有无线热点覆盖的地方，都可以随时使用智能终端（手机、平板电脑等）连接到互联网，随时通过智能终端观看直播的电视节目。例如，很多年以前，作为媒介融合的一种较早产物——CMMB手机电视出现在我们的生活中。但是，CMMB手机电视自身的缺陷也很多。随着3G的普及，智能移动终端的发展，智能手机终端的价格越来越便宜，各种新闻、视频客户端越来越丰富。随后，无线网络的爆发式增长，将电视和手机从媒介和内容上融为一体，在很大程度上改变了传统电视节目的传播方式，扩大了信息的传播范围。

随着无线城市的发展，以及家庭无线网络的普及，在智能终端上观看视频节目的人数越来越多。无论是智能手机还是平板电脑，都为随时随地观看视频节目提供了支持，更重要的是，无线网络的发展，给视频节目的观看提供了便捷的通道，从而加速了电视节目传播方式的发展。

2.3 应用软件的多样化

随着智能终端和无线网络的发展，各种智能终端的应用软件也是非常重要的。随着平板电脑和智能手机等各类移动终端设备的普及，大众开始习惯使用APP客户端上网的方式；而目前，国内的各大视频等网站均拥有了自己的APP应用客户端。这标志着APP客户端的商业使用已经初露锋芒，并成为了一种重要的形式。凭借便捷、可触摸、高清晰度等丰富体验，以苹果ios系统和安卓android系统为代表的手机移动设备正悄然改变着众多商家的运营模式。手机App应用软件将是移动互联网行业的一个巨大市场。

然而，各大媒体都有各自的移动客户端，可以让用户随时随地观看视频节目，例如，中央电视台的CNTV客户端、湖南卫视的芒果TV等电视媒体客户端，而网络媒体也充分挖掘移动互联网这块大蛋糕，爱奇艺视频、乐视网等几十家视频网站都推出了各自的移动客户端，使得观众在移动终端上点开想要观看的客户端就能便捷地观看该客户端上的节目，这种方式很大程度上促进了电视节目的传播发展。

3. 媒介融合环境下新型电视节目未来发展趋势

有了媒介融合的发展，电视节目才能在传播方式上进行变革，从而让自身快速适应媒介融合的趋势。在媒介在融合发展的过程中，一直充当着新型电视节目变化发展的先行军。

3.1 新型电视节目素材来源的扩大

从1930年首次实现了电视图像和声音同时发播开始，电视媒体经过近百年的发展，已经成为了电视节目传播最重要的媒介。我国从1958年播出电视节目开始，经过近六十年的时间至今，电视媒体的发展可谓是突飞猛进。而观看电视节目成为了几十年的时间里受众生活中非常重要的一种休闲娱乐方式。如今，依托日益更新的网络发展，新型电视节目的创新与时俱进，传统电视节目基于新媒体创新，开发出了很多由网络衍生出来的节目。

现今，通过网络很多新闻事件和新的词汇被广泛创造传播，为新型电视节目提供了广泛的素材。而新型谈话类电视节目出现正是看准了互联网这块新闻高产地带，在这块土地上进行了大肆的发掘，例如，有许多综艺节目，在电视媒体和网络媒体的合作，也是媒介融合发展的重要应用，充分利用了网络媒体的互动性，这是传统电视媒体所不具备的，所以，对于这一巨大的优势，要学会很好地去运用网络媒体。通过网络媒体与电视媒体的结合，从而扩大新型电视节目的素材来源。

3.2 新型电视节目类型的多元化

现在的智能手机几乎是人手一部，在休闲时候都会

手机不离手，而智能手机上各种手机 APP 的应用软件在我们的生活中占据了很重要的地位，这使得电视节目发展找到了新的出路。

说到“随手拍，随手发”，立即会想到微博。微博的出现只有短短几年的时间，但是影响力非常巨大，信息可以通过微博在瞬间得到大范围的传播，它的社会影响力和舆论影响力是其他媒体所不能相比的。微博的随时传播基于移动终端，刷微博已经成为了一种习惯，基于微博巨大的影响力，微博信息发布和新型电视节目相融合的模式已经成为新型电视节目发展的新类型。

例如，一些以微博为基础的节目，既可以在电视上看微博的节目，每天收集各种好玩的微博信息，在节目中与观众分享，是一档极具创意搞笑的电视娱乐节目，又可以进行“网络与电视媒体的合作” 关注微博重点事件，讨论微博热门话题，成为一档跨媒体的“电视微博”新闻节目。这些新型的电视节目都取材自微博，在电视节目里聊微博，让电视媒体和移动新媒体完美地融合在一起，更具有长远的发展性。

微信具有便捷性和及时性。微信用户超过 6 亿，其影响力非常广泛。在 2015 年的春节联欢晚会上，微信与各大广告商家和央视春晚节目组进行合作，一起推出了“看春晚，摇红包”活动，在观看春节联欢晚会的同时，使用手机微信上的摇一摇功能，实时与春晚节目进行互动，从而赢取新年红包。这种新型的节目形式，很大程度上改变了以往春节联欢晚会无人收看困境，极大地提高了春晚的收视率。这种由传统电视节目加微信的模式成为新型电视节目一种新发展，也为后期传统电视节目转型升级提供了很好的方向。

3. 3 新型电视节目设计理念的开阔

三网的统一运用使得电视节目的传播更加便捷和广泛，而开发由电视节目引申而来的或与电视节目有关联的手机 APP 应用软件，将会使得电视节目的关注度更高、观众参与度更好、节目宣传推广更便捷，从而提升电视节目的收视率，增加节目的受众，使得观众喜爱广播电视，该电视节目更具创作活力，广告收益也更多。现在就有部分电台、电视台向这个方向进行发展，例如，国内首档明星跨界时尚真人秀节目，运用制播分离的模式，由天娱传媒制作，在东方卫视进行播出。一季分为 10 期节目，每期有六位“女神”明星，围绕一个共同的主题进行创意设计作品，从而获取代表消费市场的四位买家的预购订单、顶级时尚观察团的认可以及现场观众的支持，并与淘宝电商进行合作，最终将自己的时尚理念和作品推向电商市场。这档节目涉及了网络电商淘宝、电视传媒、时尚领域和创意设计等多个行业，实现了电视节目与广告的无缝对接，创造了“内容即商品”的颠覆模式，做到了所见即可买的模式，使得众多的受众能够参与到节目中来，形成观众转变成为用户的形式。从而便有了全民参与的基础，这种颠覆将会成为以后新型电视节目发展和创新的基石。

结语

综上所述，新型电视节目只有依靠创新，节目的质量才会越来越高，市场带来的反馈也会越来越好。节目的制作和播出方式的变革、媒介的不断融合，为新型电视节目的传播提供了多种传播渠道。同时，媒介的融合，还为新型电视节目的取材提供了广阔的空间。由于互联网的互动性强，各种热门事件层出不穷，各种社会现象更多地曝光在互联网上，这些都是媒介融合内容合一的表现。媒介的融合对传统电视媒体是一个挑战，但也是传统广电媒体转变发展的机会，因此，要加强新型电视节目的创新，充分利用各种媒介的优势。媒

参考文献

[1] 傅玉辉 . 大媒体产业，从媒介融合到产业融合 [M]. 北京：中国广播电视出版社，2008

[2] 刘桦 . 城市应急 – 青睐无线运营模式 [J]. 北京：人民邮电报，2011.

[3] 王菲 . 媒介大融合 [M]. 广东：南方日报出版社，2007.

[4] 李雯琼 . 网络视频网站的自产自销之路 [J]. 福建：东南传播，2011.

[5] 延森 . 媒介融合三重维度 [M]. 上海：复旦大学出版社，2012.

[6] 迈克尔・塞勒 . 移动浪潮：移动智能如何改变世界 [M]. 北京：中信出版社，2013.

[7] 赵月阳 . 新闻评论类节目主持人的综合素质 [J]. 视听，2017（2）：97.

[8] 许颖 . 媒介融合的轨迹 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2011.

[9] 魏南江 . 优秀电视节目解析 [M]. 北京：北京广播学院 ，2007.

[10] 石磊 . 新媒体概论 [M]. 北京：中国传媒大学出版社，2009.

（作者单位：江西南昌广播电视台）